数字时代科技期刊编辑资源整合

艾　云
（中国科学院西安光学精密机械研究所《光子学报》编辑部，陕西 西安 710119）

摘　要：数字时代给传统出版业带来了冲击的同时，也带来了更多的发展空间，尤其是出版资源方面，内容更加丰富、获取更加便捷、传播更加广泛。编辑工作本身带有信息化属性，出版资源的变革使编辑活动具有显著的数字化时代特征。对科技期刊编辑，要充分利用数字网络工具，从学术资源、人气资源、平台和新媒体资源等多方面进行整合，创造、分析、生产、传播优质的学术内容，促进期刊的发展与进步。

关键词：科技期刊；数字时代；出版资源；资源整合；媒体传播　**中图分类号：**G232　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）08-109-03　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.033
本文著录格式：艾云 . 数字时代科技期刊编辑资源整合 [J]. 中国传媒科技，2021（08）：109-110，145.

科技期刊是科研成果的载体和传播者，也是科技交流的平台。随着数字技术和网络科技的迅猛发展，从 21 世纪初期，国内的科技期刊编辑逐步采用数字化的办公方式取代了传统的誊写、邮寄、剪刀加浆糊的方式，发行方式也由印刷版邮局订阅转向订阅结合电子化在线发行。各种出版资源的存储、获取和传播也由线下转为了线上，丰富的内容和更加便捷广泛的传播方式给科技期刊的发展带来了重大变革。与此同时，科技期刊编辑也开始转变工作思路。编辑工作本身带有信息化属性，出版资源的变革使编辑活动具有显著的数字化时代特征，[1] 编辑从坐在办公室被动等待作者投稿，按部就班完成固定出版任务，转为主动利用各种资源，提高资源整合力，[2] 策划出版内容，凝聚期刊人气，扩展宣传渠道，最终达到提高出版质量，扩大期刊影响力的目的。

1. 学术资源——核心内容

期刊出版以内容为王，学术资源是科技期刊出版最核心的部分。对学术资源的收集、占有、分析、选择决定了编辑活动的质量和效果。[1] 学术资源主要包括：数据库资源，如实体数据库图书馆，网络数据库 Web of Science、中国知网等；学术网站资源；电子出版物资源；组织机构资源；学术论坛资源等。编辑可以从中获取最直接的学术文献、学术新闻动态、科研项目等信息。

数字时代使得学术资源的存储更加容易，获取方式更加快捷方便，同时可以借助数据平台和相关数据处理软件，对数字化的学术资源进行深度数据分析。基于此，编辑可以针对以下几个主要方面进行挖掘分析：（1）前沿和热点方向，包括当下的前沿热点，曾经的前沿热点，以及未来的科研发展趋势，由此可以调整期刊征稿方向和优化栏目设置，推出相关专题，提升期刊影响力。（2）高水平作者，包括知名学者和青年精英，这些都是期刊重点约稿的对象，可以大幅提升稿源质量，同时与他们建立良好的关系，也是期刊人气资源储备的基础。（3）关注国家重大需求。作为中国的科技期刊，为国家科技发展建设贡献力量责无旁贷，期刊要面向国家需求，尤其是战略发展和基础薄弱的方向，搭建良好的学术交流平台，促进其不断进步。

同时，编辑拥有所在期刊领域的内容资源，可以梳理自身期刊的各个方面，包括主题方向、作者群等，对标相关领域学术资源分析结果，明确找出自身的不足和需要提升的地方，进而策划出版内容，提升期刊资源价值。

除此之外，学术资源的数字化为科技期刊的学术道德诚信审核提供了有力的工具。尽管期刊编辑对每篇来稿严格执行三审制度和同行评议制度，仍不可避免地由于人工审核的局限性，导致部分学术不端行为的发生，如抄袭、一稿多投、重复发表、不当署名等。如今国际出版链接协会、中国知网、万方等多家公司均基于数字化的数据库推出学术不端检测软件，一些期刊将检测软件接入投审稿系统，在来稿时和发稿前自动查重，值得说明的是，对于查重结果不能简单设置阈值用“一刀切”的手段来判定，编辑需要认真审读查重报告，结合稿件内容进行进一步判别，有效杜绝绝大多数学术不端稿件的发表，也避免了误杀。

2. 人气资源——提供内容

期刊的人气资源主要包括作者群、读者群和编委专家群。作者是期刊内容的来源，可能是享誉行业的专家，也可能是初学专业的学生。作为期刊来说，在公平公正地对待所有的作者和他们的来稿的同时，也要积极争取优秀作者的稿件，增加优质稿源。读者群是期刊出版成

果的受众，是编辑产品实现市场价值和社会价值的基本条件，[3] 他们在阅读文章后将其转化为引用量，提高期刊影响力，同时他们也是作者或者潜在的作者。编委专家群包括编委和审稿人，以及所有给期刊发展提供指导、咨询、意见和建议的专业群体。无论是要新创办一本高水平期刊，还是要大力提升一本老刊，都需要编辑时刻与编委专家群体保持良好的互动，甚至邀请他们参与进来，实现专家办刊，对期刊学术内容进行深度把关。编委会直接对期刊的学术质量进行指导和把关，对期刊的发展意义重大。遴选编委会成员时，除了学科分布和单位分布，还要考虑“学术大牛”和青年学者的比例均衡，在充分利用编委学术威望的同时，还要重点考虑他们的工作时间和对期刊的热情。尤其要重视青年学者，培养他们与期刊共同成长的情怀。当然，专家群不局限于学科专家，还包括出版业专家和同行，只有不断学习别人的优点，把握出版业发展动态，才能开放编辑视野，推进期刊发展。

充分利用人气资源的前提是要建立期刊自己的专家资源库。数字化的投审稿系统为稿件的存储、审理、管理提供了极大的便利，它需要注册账户的属性也使得其成为获取专家信息最主要也是最常用的方式，且信息可以不断积累叠加。同时，利用网络学术资源进行文献情报分析也可以获取丰富的专家信息 [3]。有条件的期刊还可以借助专业的技术公司来获取大批量的专家信息。专家库需要不断地更新和扩充，要对其做到动态化管理。编辑还要善做有心人，平时要留意各种新闻动态，并与专家多多交流，挖掘有潜力的青年专家。

建立了专家资源库后要保持双方的积极互动，不能只是编辑了解对方，而对方不知道编辑，甚至不知道期刊，这就要求编辑要积极维护双方的良好关系：主动走访专家或科研团队，了解他们的科研动态和发文需求；积极参加学术会议，了解行业的发展动态，认识结交专家学者；举办学术会议、培训讲座、见面会等学术活动，邀请专家学者做报告，汇聚人气；举办评优活动，如优秀科研成果、优秀编委专家、优秀论文、优秀封面等，激励专家和作者的热情；利用公众号等媒体平台吸引粉丝读者，通过社交平台建立群组，其中可以根据不同的主题建不同的群组，建立直接的通讯联系，增加人气；帮助专家学者解决力所能及的事情，如提高投稿服务体验、分享新闻信息、宣传科研成果、搭建交流平台、发布通知信息等。

3. 平台和新媒体资源——生产传播内容

数字时代的出版早已颠覆了传统纸媒的出版方式，实现了印刷版和电子版的同步出版，有些甚至完全舍弃了印刷版。出版物的印刷版除了具有馆藏、审验、纪念等作用外，其他特点均逐渐被数字化替代。数字化出版不仅是出版方式和出版载体的改变，也是呈现方式和传播方式的改变。

3.1 数字化在线发布

近几年为了抢占论文首发权，提高期刊竞争力，使优秀的科研成果能尽快得到展示，许多期刊在优化稿件处理流程，缩短发表周期的同时，陆续开展了网络优先出版或预出版的方式。即论文经评审定稿后，在正式生产之前通过网络在线发表。一些出版平台将生产系统和发布系统打通，单篇论文一经生产即可直接在线发布，做到生产发布一体化标准化无缝对接。在线发布的终端也从电脑端扩展到移动端，读者可以随时随地阅读分享。

3.2 多元化内容展示

出版载体从纸质变为数字网络之后，论文的展示方式也得到了扩展。数字时代初期，大多期刊只是简单呈现论文的摘要和 PDF 全文。PDF 文档是典型的非结构化文件，只显示页面效果，未指明文字内容的语义，排版方式固定，需要读者下载后用阅读器打开阅读。近几年，可扩展标记语言（XML）文件逐渐成为了期刊出版主流。它可在电子版上进行内容分析和知识标引，实现文字、图、表等全部内容的结构化，最终以静态网页的形式展现出来。排版灵活，可以跨平台、多接口发布，阅读和检索便利，可提供附加信息。[4] 同时，展示的内容多元化，不再局限于静态的文字、图、表等，对于一些传统出版中不易表现的形式，如过程文件、实验数据等，可以以拓展材料的方式实现增强出版，同时可将文字内容做出形象化处理，以视频、音频及 3D 动画等多种方式，将静态出版内容转变为动态化模型。[5] 拓展材料的内容不仅仅是对论文本身的简单复制或介绍，可以包括实验数据、操作演示、作者访谈、相关新闻、延伸热点等，与论文有效整合，便于理解，提高观赏性和趣味性，吸引读者，提高传播效果。

3.3 多渠道宣传推广

数字时代网络传播所具有的跨时间、大容量、双向交互性及多重选择性等优势，使得受众接收信息的方式发生了深刻变革，彻底改变了传统媒体受众被动接收信息的传播模式。[6] 论文的数字化、多元化，借助网络传播扩展了其宣传方式和途径，从传统的订阅模式，到现在的公众号、视频号、社交群组、朋友圈等推广分享，以及大数据挖掘和人工智能筛选后的精准推送。社交平台的推广需要我们充分利用积累的人气资源，而大数据精准推送则需要充分利用学术资源。推广的过程中，同时又在不断吸纳新的人气资源和学术资源，由此，编辑

（下转第145页）